

I prodotti a marchio del distributore sono un terzo del mercato. “Marca” a Bologna chiude con 25mila presenze

16 Gennaio 2026



BOLOGNA – Si è chiusa con numeri record la 22esima edizione di Marca by BolognaFiere: 25.070 visitatori professionali nei due giorni di manifestazione, in crescita del 9% rispetto al 2025. Un risultato che segna il massimo storico per la fiera e testimonia la centralità della piattaforma nel panorama del Largo Consumo italiano ed europeo.

I padiglioni di BolognaFiere hanno registrato il tutto esaurito (+19% di superficie espositiva), con 1.540 aziende espositrici MDD partner (+18%), 110 espositori esteri (+25%), 28 insegne della DMO (+4) presenti con i propri stand, oltre 5.000 buyer altamente qualificati e più di 300 buyer strategici da 30 Paesi esteri.

Un format unico nel panorama fieristico internazionale: Marca by BolognaFiere & Adm è l'unica manifestazione in cui retailer e industria espongono in una logica collaborativa, coprendo l'intera catena del valore della MDD. Marca Food e Marca Non-Food per le categorie core; Marca Fresh, che nell'edizione 2026 ha raddoppiato la superficie a 2.500 metri quadri

con oltre 80 aziende, a conferma dell'eccellenza italiana nel fresco; Marca Tech a presidio della filiera upstream con packaging, logistica e servizi per il retail.

Appuntamenti di alto profilo nel programma convegnistico, tra sessioni istituzionali e tavole rotonde dedicate a innovazione, sostenibilità e scenari di mercato con i principali player del settore.

Il convegno di apertura "Costruire fiducia: il ruolo della distribuzione moderna e della marca del distributore", con la presentazione del Position Paper 2026 redatto da Teha per Adm, Associazione Distribuzione Moderna, ha certificato il ruolo della MDD come pilastro economico da 31,5 miliardi di euro, capace di coniugare la fiducia di 9 italiani su 10 con la creazione di valore, occupazione e innovazione lungo tutta la filiera del Made in Italy.

Il XXII Rapporto Marca in collaborazione con Circana ha sancito il superamento del 30% di quota di mercato, evidenziando come la marca del distributore sia ormai un asset strategico, guidato non più dal solo risparmio, ma da una leadership consolidata in oltre 160 categorie e da un'innovazione orientata ai segmenti premium e benessere.

L'Osservatorio Non Food curato per Marca by BolognaFiere & Adm da GS1 Italy ha integrato il quadro con l'analisi di 13 categorie non alimentari, fotografando un comparto in cui la Marca del Distributore ridefinisce gli standard e anticipa le tendenze di consumo.

Di rilievo la partecipazione di Conai che, con il convegno "Imprese e Dmo: nuove sfide e responsabilità verso il Ppwr", ha portato al centro del dibattito il nuovo Regolamento Europeo sugli imballaggi, offrendo agli operatori strumenti concreti per affrontare le sfide della conformità normativa.

Da segnalare anche la presentazione del "Manifesto per la Giustizia Economica di Genere", firmato a Marca by BolognaFiere & Adm da una ventina di enti, associazioni e istituzioni che sostengono la partecipazione femminile nel mondo dell'economia e dell'imprenditoria. Nato da un confronto con AS.DON.O, l'Associazione Nazionale Donne dell'Ortofrutta, e promosso da Aidda Ets (Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda) delegazione Emilia-Romagna e da Cefa ong, con l'organizzazione del Laboratorio delle Idee e di Marca by BolognaFiere & Adm, il Manifesto punta a incidere subito sui processi decisionali e a incentivare le politiche più inclusive per una reale equità sul lavoro.

L'innovazione, infine, ha trovato la sua massima espressione nel nuovo concept Marca Trend, l'osservatorio che ha ospitato le vetrine novità delle 28 Insegne, insieme ad oltre 300 prodotti candidati ai Marca Awards. Riconoscimenti prestigiosi che hanno premiato l'eccellenza

attraverso due categorie: il Best Innovation Product, dedicato alle soluzioni più avanzate in 5 categorie che rappresentano i principali driver di sviluppo della MDD, e il Best Copacker Profile, che valorizza l'affidabilità industriale dei partner produttivi in 9 categorie merceologiche.

La crescente proiezione internazionale di Marca by BolognaFiere & Adm è stata confermata dall'International Buyers Program realizzato in collaborazione con Agenzia ICE: la giornata del 13 gennaio, dedicata esclusivamente al business matching, ha favorito incontri ad alta efficacia tra buyer esteri ed espositori prima dell'apertura ufficiale. I numeri certificano il successo del programma: +7% di VIP international buyers, +7% di espositori attivi sul portale di B2B matching, +13% di meeting organizzati.

“La 22esima edizione di Marca by BolognaFiere & ADM si chiude con risultati sopra le aspettative e una direzione sempre più chiara”, commenta **Rossano Bozzi**, direttore della Business Unit di BolognaFiere. “Abbiamo confermato Marca by BolognaFiere & Adm come piattaforma di sistema per la Marca del Distributore: un ecosistema dove industria e distribuzione dialogano, innovano e generano valore lungo tutta la filiera. La qualità degli incontri, la partecipazione internazionale e il dinamismo degli espositori testimoniamo la centralità della MDD, che rappresenta oggi uno dei motori strategici sia in ambito agroalimentare, sia nel Non-Food italiano, capaci di coniugare competitività, innovazione, sostenibilità e attenzione al consumatore. Questo successo è il risultato di una community matura e collaborativa, e della partnership con Adm, che rafforza il posizionamento della manifestazione come appuntamento di riferimento in Europa”.

“Oltre 25mila operatori delle produzioni agroalimentari, dell'industria di trasformazione e della distribuzione hanno partecipato a Marca by BolognaFiere & Adm 2026, confermando la rilevanza assunta dai prodotti MDD nella nostra economia”, sottolinea **Mauro Lusetti**, presidente di Adm. “Ringrazio gli espositori e l'organizzazione di BolognaFiere, che hanno costruito con noi di Adm questo successo. Ringrazio anche i rappresentanti del Governo e delle Istituzioni che sono stati presenti a Marca by BolognaFiere & Adm, testimoniando la loro vicinanza a un comparto in crescita, anche sui mercati internazionali. Sono sicuro che la corsa dei prodotti MDD e delle aziende delle loro filiere continuerà anche nel 2026 e do a tutti appuntamento al prossimo gennaio per ritrovarci a parlare di innovazione, convenienza e sostenibilità a Marca by BolognaFiere & Adm 2027”.

I prodotti esposti diventano aiuto per il territorio

Al termine della manifestazione, i prodotti alimentari e non alimentari che gli espositori hanno scelto di non ritirare saranno devoluti alla Caritas diocesana di Bologna. Grazie ai punti

di raccolta allestiti in tutti i padiglioni, il materiale conferito consentirà di sostenere per circa un mese le persone in difficoltà nel territorio bolognese. Un'iniziativa che traduce in gesto concreto il legame tra Marca by BolognaFiere & Adm e la comunità che la ospita.

Con la chiusura dell'edizione bolognese, la piattaforma non si ferma e ripropone la connessione tra Industria e Retail nei prossimi appuntamenti internazionali: Marca Poland (21-22 aprile 2026, seconda edizione) e Marca China (8-9 settembre 2026, quinta edizione).

Un network che consolida il ruolo di Marca come laboratorio permanente della MDD, attivo 365 giorni l'anno nella costruzione di nuove relazioni, anticipando tendenze e generando concrete opportunità di business.